

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis.....	XI

Teil 1: Grundlagen der Supply-Strategie.....1

1. Einleitung: Nutzen und Aufbau	3
2. Entwicklung der Supply-Strategie bei E-T-A, Altdorf <i>von Manfred Laschinger und Michael Frank</i>	7
3. Begriff der Supply-Strategie	19
4. Die 15M-Architektur der Supply-Strategie® im Überblick.....	39
5. Nachhaltige Entwicklung des strategischen Einkaufs mit der 15M-Architektur®	53
6. Risikomanagement in der Supply-Strategie.....	73

Teil 2: Die 15M-Architektur der Supply-Strategie®85

Strategiebaustein 1: Supply-Rahmenstrategie, Teil 1: Direktion.....87

1. Modul 1: Basisstrategie entwickeln	89
2. Modul 2: Supply-Ziele formulieren.....	103
3. Modul 3: Strategische Stoßrichtungen und Strategy Map entwickeln	125
4. Modul 4: Supply-Märkte definieren und priorisieren	141

Strategiebaustein 2: Supply-Marktstrategie161

5. Modul 5: Supply-Markt analysieren und segmentieren.....	163
6. Modul 6: Supply-Marktziele formulieren.....	179
7. Modul 7: Gestaltungsfelder analysieren und strategische Optionen identifizieren	183
8. Modul 8: Supply-Marktstrategie formulieren.....	263

Strategiebaustein 3: Lieferantenstrategie283

9. Modul 9: Lieferanten bewerten und klassifizieren.....	287
10. Modul 10: Neue Lieferanten identifizieren und freigeben.....	309
11. Modul 11: Lieferantenstrategie formulieren	315

Strategiebaustein 1: Supply-Rahmenstrategie, Teil 2: Koordination	335
12. Modul 12: Supply-Marktstrategien und Lieferantenstrategien synchronisieren	337
13. Modul 13: Supply-Managementsystem entwickeln.....	343
Strategiebaustein 4: Supply-Strategie-Controlling	361
14. Modul 14: Supply-Strategie steuern.....	363
15. Modul 15: Supply-Strategie-System entwickeln.....	379
 Teil 3: Die Praxis der Supply-Strategie – Fallstudien und Praxisbeispiele zur 15M-Architektur®	383
1. Fallstudie Elektro AG.....	385
2. Strategic Material Segment Guide bei Siemens AG Automation and Drives <i>von Reinhold Schindler und Matthias Schuster.....</i>	399
3. Supply-Marktstrategien im Supply-Bereich Kunststoff bei Cherry GmbH <i>von Thomas Hümmer</i>	413
4. Supply-Marktstrategie für Mineralguss bei Satisloh GmbH <i>von Christian Endlicher</i>	423
5. Supply-Strategie als Roadmap bei “Dust GmbH”	433
 Literaturverzeichnis	443
Stichwortverzeichnis	451

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	IX

Teil 1: Grundlagen der Supply-Strategie.....	1
1. Einleitung: Nutzen und Aufbau	3
2. Entwicklung der Supply-Strategie bei E-T-A, Altdorf <i>von Manfred Laschinger und Michael Frank</i>	7
2.1 E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH.....	7
2.2 Entwicklungspfad der Supply-Strategie.....	8
2.3 Supply-Rahmenstrategie bei E-T-A	11
2.4 Supply-Marktstrategie bei E-T-A	13
2.5 Lieferantenstrategie bei E-T-A.....	16
2.6 Supply-Strategie erfolgreich steuern.....	17
3. Begriff der Supply-Strategie.....	19
3.1 Supply Management	20
3.2 Supply-Strategie.....	27
4. Die 15M-Architektur der Supply-Strategie® im Überblick.....	39
4.1 Die vier Strategiebausteine	40
4.2 Die 15 Module der 15M-Architektur®	43
5. Nachhaltige Entwicklung des strategischen Einkaufs mit der 15M-Architektur®	53
5.1 Handlungsfelder und Vorgehen bei der Entwicklung des strategischen Einkaufs.....	54
5.2 Anmerkungen zur Entwicklung eines Konzern einkaufs	61
5.3 Anmerkungen zur Supplier Relationship Management-Software	63
6. Risikomanagement in der Supply-Strategie.....	73
6.1 Zum Verständnis von Chancen und Risiken.....	73
6.2 Das Management von Chancen und Risiken in der Supply-Strategie.....	77

Teil 2: Die 15M-Architektur der Supply-Strategie®	85
Strategiebaustein 1: Supply-Rahmenstrategie, Teil 1: Direktion..... 87	
1. Modul 1: Basisstrategie entwickeln	89
1.1 Konsequenzen aus dem Wertesystem.....	90
1.2 Supply-Vision formulieren	94
1.3 Konsequenzen aus der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie	95
1.4 Fallbeispiel Elektro AG.....	101
2. Modul 2: Supply-Ziele formulieren.....	103
2.1 Objektkosten senken.....	108
2.2 Prozesskosten und Total Cost senken	112
2.3 Objekt- und Prozessqualität steigern	116
2.4 Betriebsnotwendiges Vermögen senken	120
2.5 Fallbeispiel Elektro AG.....	121
3. Modul 3: Strategische Stoßrichtungen und Strategy Map entwickeln	125
3.1 Grundidee der Balanced Scorecard	127
3.2 Strategische Stoßrichtungen entwickeln.....	130
3.3 Strategy Map entwickeln	132
3.4 Fallbeispiel Elektro AG.....	138
4. Modul 4: Supply-Märkte definieren und priorisieren	141
4.1 Definition der Supply-Märkte	143
4.2 Bestimmung der Wertschöpfungstiefe und System Sourcing.....	146
4.3 Überblick und Priorisierung der Supply-Märkte	151
4.4 Fallbeispiel Elektro AG.....	156
Strategiebaustein 2: Supply-Marktstrategie 161	
5. Modul 5: Supply-Markt analysieren und segmentieren.....	163
5.1 Analysefelder der Supply-Marktanalyse	165
5.2 Segmentierung des Supply-Marktes	171
6. Modul 6: Supply-Marktziele formulieren.....	179
7. Modul 7: Gestaltungsfelder analysieren und strategische Optionen identifizieren	183
7.1 Gestaltungsfeld Demand	187
7.1.1 Bedarfsmengenreduzierung.....	190
7.1.2 Bedarfsbündelung	191
7.1.3 Nachfragekooperation	193
7.2 Gestaltungsfeld Beschaffungsobjekt.....	196
7.2.1 Prozess- und kundenorientiertes Design und Substitution	198
7.2.2 Standardisierung der Teile und Reduzierung der Teilevielfalt	200

7.2.3	Bestimmung der optimalen Wertschöpfungstiefe.....	203
7.3	Gestaltungsfeld Sourcing.....	206
7.3.1	Lieferantenbeziehung.....	208
7.3.2	Beschaffungsregion	219
7.3.3	Wertschöpfungsort	231
7.3.4	Netzwerksteuerung.....	234
7.3.5	Lieferantenzahl	237
7.3.6	Zusammenfassung der Hebel im Gestaltungsfeld Sourcing.....	241
7.4	Gestaltungsfeld Entgelt.....	244
7.4.1	Open Book	247
7.4.2	Preisbildungsbasis	249
7.4.3	Preisdruck.....	250
7.4.4	Preisdynamik und Timing.....	251
7.4.5	Leistungsanreize	252
7.4.6	Finanzierungsbeitrag.....	253
7.5	Gestaltungsfeld Prozesse	254
8.	Modul 8: Supply-Marktstrategie formulieren.....	263
8.1	Formulierung der Supply-Marktstrategie	264
8.2	Supply-Marktstrategie und Supply-Marktportfolio.....	268
8.3	Fallbeispiel Elektro AG: Supply-Marktstrategie für Elektrobleche	273
Strategiebaustein 3: Lieferantenstrategie	283	
9.	Modul 9: Lieferanten bewerten und klassifizieren.....	287
9.1	Struktur der Lieferantenbewertung.....	288
9.2	Struktur der Lieferantenklassifizierung.....	302
9.3	Prozess der Lieferantenbewertung.....	305
10.	Modul 10: Neue Lieferanten identifizieren und freigeben	309
11.	Modul 11: Lieferantenstrategie formulieren	315
11.1	Gegenstand der Lieferantenstrategie	317
11.2	Prozess zur Formulierung von Lieferantenstrategien.....	322
11.3	Lieferantenprogramme und Probleme bei der Entwicklung von Lieferantenstrategien.....	327
11.4	Fallstudie Elektro AG: Entwicklung einer Lieferantenstrategie	331
Strategiebaustein 1: Supply-Rahmenstrategie, Teil 2: Koordination	335	
12.	Modul 12: Supply-Marktstrategien und Lieferantenstrategien synchronisieren.....	337
12.1	Gründe und Vorgehen der Synchronisierung.....	337
12.2	Überblick über Inhalte strategischer Projekte	340

13.	Modul 13: Supply-Managementsystem entwickeln.....	343
13.1	Überblick über Handlungsfelder in der Entwicklung des Supply- Managementsystems	344
13.2	Aufbauorganisation und Entwicklung einer Supply-Strategie	351
13.3	Fallbeispiel Elektro AG: Strategische Projekte	358
	Strategiebaustein 4: Supply-Strategie-Controlling	361
14.	Modul 14: Supply-Strategie steuern	363
14.1	Ziele und Aufgaben beim Steuern der Supply-Strategie	364
14.2	Fallstudie Bühler Motor, Nürnberg	366
14.3	Führen mit Kennzahlen.....	372
15.	Modul 15: Supply-Strategie-System entwickeln.....	379

Teil 3: Die Praxis der Supply-Strategie – Fallstudien und Praxisbeispiele zur 15M-Architektur®383

1.	Fallstudie Elektro AG	385
1.1	Supply-Rahmenstrategie und Strategie-Controlling bei der Elektro LA....	386
1.2	Supply-Marktstrategie für den Elektroblechmarkt	390
1.3	Lieferantenstrategie EU1.....	397
2.	Strategic Material Segment Guide bei Siemens AG Automation and Drives <i>von Reinhold Schindler und Matthias Schuster.....</i>	399
2.1	Global Procurement bei Siemens A&D	399
2.2	Ziel und Aufbau des Strategic Material Segment Guide	401
2.3	Nutzeffekte beim Führen mit dem Strategic Material Segment Guide.....	409
3.	Supply-Marktstrategien im Supply-Bereich Kunststoff bei Cherry GmbH <i>von Thomas Hümmel</i>	413
3.1	Cherry GmbH Auerbach.....	413
3.2	Ausgangssituation der Kunststoffmarktstrategien	415
3.3	Strategische Optionen analysieren	416
3.4	Strategien ableiten.....	416
3.5	Strategiumsetzung steuern und weiteres Vorgehen.....	420
4.	Supply-Marktstrategie für Mineralguss bei Satisloh GmbH <i>von Christian Endlicher</i>	423
4.1	Satisloh GmbH Wetzlar.....	423
4.2	Aspekte der Supply-Rahmenstrategie	425
4.3	Marktanalyse und Ziele für Mineralguss	427
4.4	Gestaltungsfelder einer Mineralgussstrategie.....	428
4.5	Roadmap und Fazit	431

5.	Supply-Strategie als Roadmap bei "Dust GmbH"	433
5.1	Die Firma „Dust“ GmbH	433
5.2	Ausgangssituation und Zielsetzung.....	434
5.3	Entwicklung der Supply Strategie als Roadmap	435
5.4	Aufbau des Lieferantenmanagements	440
5.5	Fazit	441
	Literaturverzeichnis	443
	Stichwortverzeichnis	451